

Mitteilung des Senats vom 1. April 2003

Bremen als attraktiver Veranstaltungsort

Die Fraktionen der CDU und der SPD haben unter Drucksache 15/680 S eine Große Anfrage zu obigem Thema an den Senat gerichtet.

Der Senat beantwortet die Große Anfrage wie folgt:

Vorrangiges Ziel der bremischen Sanierungspolitik ist die Stärkung der Wirtschafts- und Finanzkraft des Landes. Die hierzu durchgeführten wirtschaftsstrukturpolitischen Maßnahmen im Rahmen des WAP und des ISP dienen insoweit insbesondere dazu, die ökonomischen Probleme Bremens zu überwinden und den notwendigen nachhaltigen Strukturwandel voranzutreiben.

Hierbei wird im Endbericht zur „Wirkungsanalyse des Investitions Sonderprogramms (ISP) des Landes Bremen“ der Prognos AG vom August 2002 der Schaffung von weichen Standortfaktoren wie Image, Kultur- und Freizeitangeboten eine besondere Bedeutung zugemessen. Durch Erlebnisangebote und Veranstaltungen wird ein breites Publikum nach Bremen gezogen, durch Messen und Kongresse der Geschäftsreiseverkehr forciert. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund eines im Reiseverkehr festzustellenden Trends zum Event- und Kulturtourismus. So wurde bei Tagesgästen durch eine in der Bremer Innenstadt durchgeführte Befragung festgestellt, dass neben dem klassischen Stadtbesuch der Besuch eines Kultur- oder Freizeitevents der bedeutendste Reiseanlass ist.

In Deutschland besuchten im Jahr 1999 55 Mio. Menschen in ihrer Freizeit eine Veranstaltung und gaben dabei rd. 2,65 Mrd. € aus. Des Weiteren erwirtschaftet der Tagungs- und Kongressbereich in Deutschland pro Jahr rd. 43 Mrd. € Umsatz. Aus diesen Zahlen wird deutlich, welches ökonomische Potential der, allerdings auch durch erhebliche Konkurrenz geprägte, Veranstaltungsmarkt bietet. Durch eine erfolgreiche Positionierung Bremens als Veranstaltungsort sind Umsatzeffekte für die bremischen Wirtschaftsbereiche, insbesondere Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie sowie in den Freizeit- und Kultureinrichtungen generiert worden. Diese Entwicklung ist in Zukunft weiter zu forcieren. Insoweit tragen attraktive Veranstaltungen dazu bei, eine wichtige Komponente zur Förderung des Dienstleistungssektors und damit zu einer nachhaltigen wirtschaftsstrukturellen Entwicklung sowie zur Stärkung der oberzentralen Funktionen Bremens abdecken zu können.

Die Überlebensfähigkeit Bremens als eigenständiger Stadtstaat setzt die Konsolidierung und nachhaltige Sanierung der öffentlichen Haushalte voraus. Hierfür ist die Stärkung der Wirtschafts- und Finanzkraft Bremens unabdingbar, die wiederum eine Umkehr der Einwohnerverluste der letzten Jahre sowie die Schaffung eines attraktiven Arbeitsplatzangebotes voraussetzt. Die Steuerungsgruppe Arbeitsplätze/Einwohner hat in ihrem Bericht vom Oktober 2002 deutlich gemacht, dass zwar insbesondere eine auf Arbeiten und Wohnen angelegte Politik in dieser Weise beeinflussend wirken kann, eine hohe Lebensqualität sowie ein positives Image aber den hierfür notwendigen Rahmen bilden müssen. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund eines sich verstärkenden Wettbewerbs der Standorte um Einwohner, Arbeitskräfte und Investoren. Ein breites Veranstaltungsangebot trägt insoweit zu der Bildung des genannten Rahmens bei, macht Bremen auch als Wohn- und Arbeitsort attraktiv und trägt somit zu steigender Lebensqualität bei.

Eine optimale Positionierung Bremens im Standortwettbewerb ist auch eine Zielsetzung der von der Bremen Marketing GmbH (BMG) insbesondere mit den Mitteln zur Verstärkung des Standortmarketings vorangetriebenen Erhöhung und Verbesserung von Besucherfrequenz, Bekanntheit und Image der Freien Hansestadt Bremen. Hierbei wird von der BMG die Strategie „Dachmarke plus Nutzenangebot“ verfolgt. Mit den durchgeführten Kommunikationsmaßnahmen sollen Besucher zu den bremischen Kultureinrichtungen, Sightseeingangeboten, Einkaufsmöglichkeiten sowie Veranstaltungen und Events gelockt werden.

Die BMG geht davon aus, dass aufgrund der Attraktivität der beworbenen Angebote die verfolgte Zielsetzung der Frequenzerhöhung zugleich positive Imagewirkungen nach sich zieht. Eine reine Imagewerbung ohne den konkreten Bezug zu touristischen Angeboten oder Veranstaltungen und Events wäre nach Einschätzung der BMG bei den vorhandene Budgets unwirtschaftlich. Um einen möglichst hohen Wirkungsgrad im Zusammenspiel zwischen Standortmarketing und dem Veranstaltungswesen in Bremen zu erreichen, sind sowohl das Marketing als die vom Wirtschaftsressort vorgenommene Förderung von Kultur- und Spitzensportveranstaltungen in einer Hand bei der BMG vereint. Dieses Vorgehen hat sich in der Vergangenheit hervorragend bewährt.

Zusammengefasst wird deutlich, dass Veranstaltungen und Events für Bremen im Zuge der wirtschaftsstrukturpolitischen Entwicklung des Dienstleistungssektors, als weicher Standortfaktor sowie hinsichtlich der Imageentwicklung im Rahmen des Standortmarketings eine bedeutende Rolle spielen. Dieser Sektor hat sich zu einer tragenden Säule der bremischen Wirtschaftspolitik entwickelt.

Diese Bedeutung wird im Folgenden detailliert in den Antworten des Senats an die Stadtbürgerschaft dargestellt.

1. Welche Veranstaltungsorte stehen für kulturelle und sportliche Veranstaltungen, für Konzerte, Messen und Kongresse in Bremen zur Verfügung?

In Bremen steht eine Vielzahl von Veranstaltungsstätten für die Ausrichtung von kulturellen und sportlichen Events, Konzerten, Messen und Kongressen zur Verfügung. Eine vollständige Abbildung vor allem der privaten Veranstaltungsstätten ist insoweit an dieser Stelle nicht abschließend möglich.

Insbesondere vor dem Hintergrund der Bedeutung von Veranstaltungen für die Sanierungsstrategie und die wirtschaftsstrukturellen Bemühungen des Senats, beziehen sich die im Folgenden vorgenommenen Darstellungen vor allem auf die Veranstaltungsorte, die eine herausragende Bedeutung für das bremische Publikum und eine überregionale Ausstrahlung aufweisen.

Im Einzelnen sind hier zu nennen:

- Das Veranstaltungszentrum Bürgerweide mit der Stadthalle Bremen, den Messehallen 4 bis 7 sowie dem Congress Centrum Bremen (CCB),
- Galopprennbahn in der Vahr,
- Bremer Weserstadion,
- Musical-Theater am Richtweg,
- Die Glocke,
- Kirchen wie vor allem Dom oder Unser Lieben Frauen,
- Theater, vor allem das Goethe-Theater mit den Sparten Schauspiel, Musiktheater, Tanz und Kindertheater (MOKS), das Ernst-Waldau-Theater, die Bremer Shakespeare Company am Leibnizplatz,
- Museen, wie vor allem die Kunsthalle, das Neue Museum Weserburg, das Focke-Museum, das Überseemuseum, das Gerhard-Marcks-Haus, das Wilhelm-Wagenfeld-Haus und das Paula-Modersohn-Becker-Museum/Roselius-Haus.

Darüber hinaus stehen neben öffentlichen bzw. öffentlich geförderten und unterstützten Einrichtungen wie World Trade Center, KITO, Kulturbahnhof Vegesack, Kulturzentrum Lagerhaus, Kulturzentrum Schlachthof sowie den Bürgerhäusern private Veranstaltungsstätten und Locations wie Pier 2, Aladin, Alex Domshof, den Kneipen und Clubs „Auf den Höfen“, Beat Club, Gleis 9,

Kontorhaus, Litfass, Modernes, Moments, Neue Welt, Römer, Rosige Zeiten, Scala, Scusi, Shark Lounge, Swutsch TV Restaurant, Tivoli oder Tower (siehe nightlife, Partyguide der BMG) eine weitere Vielzahl an Theatern, Museen, Galerien, Diskotheken und Clubs, Kneipen, Räumlichkeiten an den Universitäten und Hochschulen usw. für Veranstaltungen unterschiedlichster Ausprägung und Größenordnung zur Verfügung.

Weiterhin verfügen rd. 40 Bremer Hotels über Räumlichkeiten für Tagungen, Seminare, Schulungen usw. für 20 bis 750 Personen.

Auch zu erwähnen sind besondere „Locations“ wie z. B. die Bürgerweide, das Rathaus, der Bremer Flughafen, das Stadionbad, Schiffe an der Schlachte, die Wallanlagen, die Osterdeichwiesen und sonstige Areale entlang der Weser (insbesondere in Bremen-Nord), der U-Boot-Bunker Valentin, das Universum Science Center und viele mehr, die für spezielle, individuelle Veranstaltungen genutzt werden.

2. Wie haben sich die Kapazitäten dieser Veranstaltungsorte seit 1999 entwickelt, und wie die Auslastung bzw. die Besucherzahlen?

Nicht zu allen in der Antwort zu Frage 1 aufgeführten Veranstaltungsstätten liegen dem Senat detaillierte Informationen zu der Entwicklung der Kapazitäten oder anderer Kennzahlen vor. Insoweit konzentrieren sich die folgenden Aussagen insbesondere auf die wichtigen, überregional bedeutsamen Veranstaltungsstätten.

Folgende grundlegende Änderungen der Kapazitäten dieser Veranstaltungsorte sind seit 1999 erfolgt:

- Durch den Bau der Herbst 2002 fertiggestellten Messehalle 7 konnte die Brutto-Ausstellungsfläche im Messe-Zentrum Bremen von rd. 33.700 m² auf rd. 39.400 m² ausgebaut werden. Des Weiteren steht die Halle 7 auch für Konzerte, Sportveranstaltungen usw. zur Verfügung und erhöht somit die Nutzungsmöglichkeiten des Veranstaltungszentrums Bürgerweide insgesamt.
- Die Sanierung und Kapazitätserweiterung der Stadthalle Bremen wurde im Jahr 2002 beschlossen. Nach Umsetzung der beschlossenen Planungen wird die Kapazität der festen Sitzplätze um ca. 3.800 auf rd. 8.300 gesteigert und die Halle statt bisher rd. 10.500 in Zukunft insgesamt rd. 14.300 Zuschauer bei unbestuhltem Innenraum beherbergen können.
- Die Kapazitätserweiterung des Weserstadions wurde im Jahr 2001 beschlossen und befindet sich derzeit in der Fertigstellung. Nach Abschluss der Maßnahme im Laufe des Jahres 2003 wird sich die Kapazität des Stadions von 35.900 auf rd. 45.000 Zuschauerplätze erhöht haben.
- Das mit der Premiere des Musicals „Jekyll & Hyde“ am 19. Februar 1999 eröffnete Musical-Theater am Richtweg verfügt über eine Platzkapazität von rd. 1.350 Plätzen.
- Das Focke-Museum eröffnete am 9. März 2003 sein direkt neben dem Haupthaus gelegenes Schaumagazin mit einer Erweiterung der Sonderausstellungsfläche.
- Im Übersee-Museum werden durch den Umbau ebenfalls die Sonderausstellungsflächen erweitert und das Haus inhaltlich insgesamt attraktiver gestaltet. Zudem wurde im Jahr 2002 ein neuer Veranstaltungsraum geschaffen, der auch für Vermietungen zur Verfügung steht.
- Das Theater am Goetheplatz wird derzeit umfassend umgebaut und saniert. Resultierend ist durch ein das attraktive Programm ergänzendes ansprechendes Ambiente davon auszugehen, dass das Haus von den Besuchern noch besser angenommen werden wird.
- Durch den Um- und Neubau des Kulturbahnhofs Vegesack und der Schwankhalle wurden neue Kapazitäten für Besucher und Nutzer geschaffen.

Die Darstellung in Anlage 1 zeigt die Entwicklung der Besucherzahlen für die bedeutsamen bremischen Veranstaltungsstätten seit 1999.

Hier ist zu erkennen, dass in nahezu allen betrachteten Veranstaltungsstätten der Spitzenwert für den Betrachtungszeitraum im Jahr 2000 erzielt wurde. Dies ist zum einen auf die zwar geringer als erwartet ausgefallenen, aber dennoch spürbaren Ausstrahlungseffekte der Expo 2000 in Hannover sowie auf eine Vielzahl von attraktiven, publikumsintensiven Veranstaltungen im Jahr 2000 (Millenniumseffekt) zurückzuführen.

Die Ergebnisse des Rekordjahres 2000 konnten in den Folgejahren nicht voll erreicht werden, was zum einen durch eine sehr starke Konzentration der Veranstalter auf das Jahr 2000 begründet ist, zum anderen besteht auch ein Zusammenhang mit der konjunkturellen Entwicklung in Deutschland und der damit zusammenhängenden zurückgehenden Ausgabebereitschaft der potentiellen Veranstaltungsbesucher.

Die Entwicklung im Bereich der Theater verläuft sehr konstant. Der Rückgang der Besucherzahlen im Museumsbereich im Jahr 2001 ist im Wesentlichen zurückzuführen auf die Baumaßnahmen im Überseemuseum und wurde im Jahr 2002 wieder aufgefangen. Für 2003 werden weitere Steigerungen erwartet.

3. Welche Mittel hat der Senat in den vergangenen vier Jahren für den Ausbau von Veranstaltungsorten zur Verfügung gestellt?

In den letzten Jahren fertiggestellte oder noch in Bau befindliche Stadien, Arenen oder Großhallen in Nordwestdeutschland haben zu einer erheblich verstärkten Konkurrenzsituation auf dem Veranstaltungsmarkt geführt. Bremen modernisiert und ergänzt daher seine Veranstaltungsinfrastruktur, um weiterhin seinen oberzentralen Funktionen gerecht werden zu können und optimal für den Wettbewerb gerüstet zu sein.

Seit 1999 hat der Senat für den Ausbau der Messeinfrastruktur auf der Bürgerweide, den Ausbau des Weserstadions, die Sanierung der Galopprennbahn, die Dachsanierung an der Glocke, den Bau einer Probebühne für das Bremer Theater, die Bereitstellung des Musical-Theaters am Richtweg als Ausweichspielstätte für das Bremer Theater, die Sanierung des Theaters am Goetheplatz sowie für laufende Instandhaltungsmaßnahmen insgesamt Mittel in Höhe von rd. 65 Mio. € (ohne Mittel der Stiftung Wohnliche Stadt und ohne die für den Ausbau der Stadthalle bereitstehenden Mittel in Höhe von rd. 43 Mio. €) zur Verfügung gestellt.

Die operative Grundlage dafür, die vorhandene Infrastruktur auch optimal nutzen und vermarkten zu können, wird durch den Senat durch die institutionelle und Projektförderung der Gesellschaften, Institutionen und freien Träger, die für den Betrieb von Veranstaltungsstätten verantwortlich sind, geschaffen.

4. Wie hat sich die Anzahl der in der Stadt Bremen durchgeführten Veranstaltungen wie Konzerte, Sportveranstaltungen, Messen etc. seit 1999 entwickelt?

Eine umfassende Dokumentation der Anzahl der in Bremen stattgefundenen Veranstaltungen kann aufgrund der in der Antwort zu Frage 1 dargestellten Vielfalt und Vielzahl der bremischen Veranstaltungsstätten nicht gegeben werden. Wie auch in den vorangehenden Antworten findet daher an dieser Stelle eine Betrachtung der Entwicklung der Anzahl der Veranstaltungen in den Veranstaltungsstätten mit herausragender, überregionaler Bedeutung statt.

Aus der Darstellung in Anlage 2 ist zu erkennen, dass die Zahl der in den betrachteten bremischen Veranstaltungsstätten im Zeitraum von 1999 bis 2002 durchgeführten Veranstaltungen gehalten bzw. z. T. gesteigert werden konnte. Insbesondere vor dem Hintergrund der deutlichen Abschwächung der deutschen sowie auch der globalen Konjunktur ist dies ein Erfolg für Bremen als Veranstaltungsort.

5. Welche Rolle spielen Veranstaltungen im Rahmen der Tourismusförderung?

Veranstaltungen und Events haben insbesondere bezüglich des Städtetourismus eine herausragende Bedeutung. Im Mittelpunkt der Reiseentscheidung steht bei den Gästen zunehmend das Interesse an außergewöhnlichen Erlebnissen und Events, die Stadt selbst ist vielfach nicht mehr alleiniges Kriterium für die Reiseentscheidung. Dabei sind für den Tourismus vor allem Veranstal-

tungen mit einer überregionalen Wirksamkeit von Bedeutung, die zu zusätzlichen Übernachtungen und zu einer Erhöhung der Zahl der Tagesgäste führen.

Sonderveranstaltungen wie z. B. die Ausstellungen „van Gogh: Felder“ und „Der Blaue Reiter“ in der Kunsthalle, die Schokoladenausstellung im Überseemuseum, die Tischtennis- oder die Turn-Europameisterschaften, die Theaterinszenierungen im U-Boot-Bunker Valentin oder das jährlich stattfindende Musikfest haben sich außerordentlich positiv auf den Tourismus in Bremen ausgewirkt. Ebenso war während der Laufzeit der Musicals „Jekyll & Hyde“ und „Hair“ eine höhere Auslastung in den Bremer Hotels feststellbar.

Wie eine Besucherbefragung der BMG im Jahr 2002 ergeben hat, ist aber auch bei kleineren Ausstellungen ein Anteil von rd. 50 % der Besucher von auswärts zu verzeichnen, von denen wiederum ca. 50 % in Bremen (sowohl privat als auch in gewerblichen Unterkünften) übernachten.

Die großen Volksfeste Freimarkt und Osterwiese, der Weihnachtsmarkt sowie vor allem auch das 6-Tage-Rennen sind wichtige Imagefaktoren für Bremen. Diese Großveranstaltungen eignen sich vor allem aufgrund der feststehenden Termine sehr gut zur touristischen Vermarktung. Sie zeichnen sich durch einen hohen Bekanntheitsgrad aus und ziehen auswärtige Tagesbesucher und Übernachtungsgäste an. So besuchen rd. 3,5 Mio. Besuchern p. a. den Freimarkt, der damit eines der größten deutschen Volksfeste ist, rd. 0,5 Mio. Besucher die Osterwiese und rd. 1 Mio. Besucher den Weihnachtsmarkt. Das 6-Tage-Rennen verzeichnet rd. 120.000 Besucher p. a. und ist das größte 6-Tage-Rennen weltweit.

Große Events und Veranstaltungen bilden zwar den Hauptanlass für eine Städtereise, müssen aber durch ein Basisangebot an kulturellen und touristischen Leistungen fundiert werden, das die Atmosphäre einer Stadt entscheidend beeinflusst und Attraktivität und Eigenheiten des urbanen Lebens in ihrer Wahrnehmung für Touristen und Bremer entstehen lässt: Mit seinen sieben fachlich ausgezeichneten Museen, dem Universum, mehreren Theatern, die sich in der deutschen Theaterlandschaft sehr gut behaupten, der auch international hoch anerkannten Kammerphilharmonie und mit der Glocke, welche sich nicht nur durch ein sehr abwechslungsreiches und qualitativ hochwertiges Programm auszeichnet, sondern auch akustisch einer der besten deutschen Konzertsäle ist, hat Bremen die besten Voraussetzungen, Besuchern auch über ein großes Event hinaus vielfältige Anreize zu einem längeren Aufenthalt zu bieten.

Komplementär zu den eher dem privaten Reiseverkehr zuzuordnenden Ausstellungen, Konzerten oder Sportveranstaltungen sind attraktive Messen oder Kongresse Grundlage für die Entwicklung des Geschäftstourismus.

Ein Schwerpunkt der Tourismusförderung in Bremen wird insoweit auch zukünftig im gesamten Bereich Veranstaltungen und Events liegen. Die erfolgreiche Positionierung Bremens im privaten Reiseverkehr sowie Geschäftsreiseverkehr führt zu einer nachhaltigen Steigerung der Zahlen der Übernachtungen und der Tagesgäste und somit zu einem weiteren Ausbau dieses nach wie vor zukunftssträchtigen Dienstleistungsbereichs.

6. Wie haben sich die Übernachtungszahlen insbesondere unter Berücksichtigung der wichtigen Veranstaltungen der letzten Jahre entwickelt, und welche Entwicklung wird für die Zukunft angestrebt?

Die Übernachtungszahlen in der Stadt Bremen haben sich bis zum Jahr 2000 sehr positiv entwickelt (siehe Anlage 3). Insbesondere bedingt durch negative Rahmenbedingungen, wie die schwierige konjunkturelle und weltwirtschaftliche Lage sowie den Wegfall der positiven Wirkung der Musicals am Richtweg konnten bei den Übernachtungszahlen in den Jahren 2001/2002 keine Zuwächse verzeichnet werden. Die Situation stellt sich in anderen Städten und Regionen aber vergleichbar kritisch dar.

Dennoch ist festzustellen, dass große Veranstaltungen und Events sich positiv auf die touristische Entwicklung insgesamt und auf die Übernachtungszahlen in Bremen ausgewirkt haben und auswirken. Herausragende Beispiele hierfür sind z. B. die erfolgreichen Ausstellungen „Der Blaue Reiter“ und „van Gogh: Felder“ in der Kunsthalle.

Im Jahr 2002 haben die van-Gogh-Ausstellung und die Schokoladenausstellung im Überseemuseum maßgeblich zu einem positiven Trend bei der Tourismusentwicklung zum Ende des Jahres 2002 beigetragen.

Insbesondere die van-Gogh-Ausstellung war hierbei einer der Höhepunkte in den Jahren 2002/2003: Mit insgesamt 322.879 Besuchern in 14 Ausstellungswochen war die Veranstaltung ein außergewöhnlicher Erfolg und erreichte das besucherstärkste Ausstellungsergebnis in der Bundesrepublik Deutschland insgesamt.

Im Rahmen einer Besucherbefragung durch das Bremer Institut für empirische Handels- und Regionalstrukturforschung der Hochschule Bremen wurde unter anderem die Besucherherkunft erhoben. Danach lag der Anteil der Personen aus Bremen bei nur 16 % und weitere rund 14 % der Besucher kamen aus einem Umkreis von 100 km. Die restlichen ca. 70 % der Personen waren überregionale Besucher und kamen aus einem Umkreis von mehr als 100 km, davon sogar 17 % aus einer Entfernung von mehr als 250 km. 4 % der Gäste kamen aus dem Ausland.

Im Vergleich zu der Ausstellung „Der Blaue Reiter“, bei der rund 53 % der Personen aus Bremen und dem Umland kamen, hatte die Ausstellung „van Gogh: Felder“ einen außergewöhnlich weiten Besuchseinzugsbereich und erzielte damit eine sehr große Wirkung und eine hohe überregionale Aufmerksamkeit, die für den Standort Bremen in vieler Hinsicht als positiv zu bewerten ist.

Aus diesen Erfahrungen heraus wird angestrebt, jährlich eine überregional wirksame Ausstellung in Bremen, monatlich eine überregional bedeutsame Veranstaltung sowie zusätzlich nationale und vor allem auch internationale Tagungen und Kongresse zu realisieren.

7. Wie bewertet der Senat die Ausstattung Bremens mit umfangreichen Angeboten und Kapazitäten in der Gastronomie und Hotellerie sowie interessanten touristischen Angeboten (z. B. für Rahmenprogramme), und welche Maßnahmen sind gegebenenfalls zur Förderung der genannten Angebote angedacht?

Bremen hat ein attraktives und breites gastronomisches Angebot. Hierzu hat insbesondere auch die Entwicklung an der Schlachte mit den Angeboten an der Oberen Schlachte und auf den Schiffen beigetragen. In der Gastronomie fehlt es aus touristischer Sicht aber weiterhin an einer Großgastronomie (entsprechend der früheren „Altstadt“), wo Reisegruppen ein entsprechendes Angebot zur Verfügung gestellt werden kann. Weiterhin fehlt es in der Gastronomie an Angeboten mit attraktiver Live-Musik.

In der Hotellerie bietet Bremen ein breites Spektrum an Übernachtungsmöglichkeiten. Hier wäre eine zielgruppenorientierte Ergänzung der bestehenden Angebote sinnvoll. Konkret wären dies ein Jugendhotel, ein Seniorenhotel, Übernachtungsangebote an und auf dem Wasser sowie außergewöhnliche Lokalitäten für Tagungs- und Kongressteilnehmer. Neben einer gewissen quantitativen Erweiterung des Übernachtungsangebotes wird es zukünftig vor allem um eine zielgruppengerechte qualitative Angebotserweiterung gehen müssen.

Insgesamt sind in den letzten Jahren erhebliche Anstrengungen zur Erweiterung des touristischen Angebotes in Bremen unternommen worden. Die Schlachte, das Universum, das Botanika, das Packhaus St. Jakobus im Schnoor oder z. B. das Besucherzentrum der Beck's Brauerei sowie die Führung der Bremer Touristik-Zentrale „Stadt der Luft- und Raumfahrt“ am Flughafen sowie bei der Astrium AG tragen zur Ergänzung und Erweiterung des touristischen Angebotsportfolios bei.

Nur durch ein umfassendes und vielfältiges Angebot kann es gelingen, Besucher und hier auch insbesondere Besucher von Veranstaltungen und Events länger in der Stadt zu halten und höhere Umsätze in den beteiligten Branchen zu generieren. Auch für Messen, Tagungen oder Kongresse sind die touristischen Angebote Bremens von hoher Bedeutung, da attraktive Rahmenprogramme zu dem Erfolg einer Veranstaltung sowie zu einer positiven Wahrnehmung der Stadt durch die Messe- und Kongressteilnehmer beitragen und

diese Personen dadurch als Multiplikatoren für das Reiseziel Bremen gewonnen und gegebenenfalls auch zu privaten Wiederholungsbesuchen angeregt werden können. Die im Jahr 2002 eingeführte Entdecker-Card, mit der viele touristische Angebote in Bremen und seinem Umland besucht und genutzt werden können, trägt dazu bei, die Besuchern von Veranstaltungen und Events an den Standort zu binden und den Zugang zu den Angeboten zu erleichtern.

Insoweit hat die weitere Optimierung und Ergänzung der touristischen Angebotsstruktur in Bremen auch in Zukunft eine große Bedeutung.

8. Welche Chancen sieht der Senat durch die Erweiterung der Stadthalle und den Ausbau des Messe- und Kongresszentrums mit der Halle 7 für die Stadt Bremen als Veranstaltungs- und Messestandort?

Die Stadthalle Bremen war nach ihrer Fertigstellung im Jahr 1964 lange Jahre die führende Mehrzweck-Veranstaltungsstätte in Norddeutschland. Durch die Hallenneu- bzw. -umbauten in Hannover, Hamburg, Kiel und Braunschweig hat die Stadthalle diese Position allerdings eingebüßt und kann insbesondere hinsichtlich ihrer derzeitigen Kapazität und aufgrund funktionaler Mängel nicht mehr mit den genannten Standorten konkurrieren.

Mit den Beschlüssen im Jahre 2002 zu Sanierung und Ausbau der Stadthalle sowie zur Errichtung eines neuen Foyergebäudes sind die entscheidenden Weichen dafür gestellt worden, die Wettbewerbsfähigkeit der Stadthalle und damit auch Bremens als Veranstaltungsort zukünftig zu erhalten.

Schon in der Vergangenheit bot die Stadthalle ein breit gefächertes Veranstaltungs-Portfolio. Eine erweiterte und sanierte Halle wird zukünftig die Möglichkeit bieten, dieses Portfolio zu erhalten und zu ergänzen und damit insgesamt sehr flexibel auf kurzfristige Markttrends reagieren zu können.

Großer Vorteil der Stadthalle Bremen ist insbesondere auch die Möglichkeit der synergetischen Nutzung aller im Bereich des Veranstaltungszentrums Bürgerweide zur Verfügung stehenden Hallen-, Ausstellungs- und Tagungskapazitäten. Die hier gebotenen Möglichkeiten in zentraler Innenstadtlage bilden ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal für Bremen sowohl auf dem Veranstaltungs- als auch auf dem Messemarkt.

Durch den Bau der im September 2002 fertiggestellten Halle 7 ist vor allem für eine weitere Flexibilisierung der Veranstaltungsdurchführung auf der Bürgerweide die Basis geschaffen worden. Die Halle 7 schließt eine Lücke im Angebot für kleinere und mittlere Konzerte, bietet aber auch ideale Voraussetzungen für Sportereignisse und Shows ebenso wie für Messen, Ausstellungen und Kongresse.

Durch die Halle 7 ist eine wichtige Grundlage für den weiteren Ausbau des eigentlichen Messegeschäftes geschaffen worden, da nunmehr Parallelveranstaltungen des Geschäftsbereichs Stadthalle der HVG nicht mehr in den Messehallen 4 bis 6 durchgeführt werden müssen und diese insoweit nicht blockiert werden. Auch wird die Koordinierung von periodisch stattfindenden Veranstaltungen mit fester Terminstruktur und sporadischen Einzelveranstaltungen verbessert und damit Raum für zusätzliche Akquisition von Fremdveranstaltungen oder die vermehrte Ausrichtung von Eigenveranstaltungen erschlossen. Auch bestehen nunmehr deutlich optimierte Voraussetzungen für die Durchführung von Großkongressen mit mehreren tausend Teilnehmern, wie z. B. der im Mai diesen Jahres stattfindenden Jahrestagung der Deutschen Diabetes-Gesellschaft.

Während des Umbaus der Stadthalle wird die Halle 7 auch als Ausweichspielstätte von erheblicher Bedeutung sein.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte der beiden Großprojekte wurden vom BAW Institut für Wirtschaftsforschung eingehend untersucht. Für die Bewertung des Ausbaus der Stadthalle wurde darüber hinaus auch ein Gutachten der Symbios AG aus Karlsruhe erstellt. Aus einer Addition der jeweiligen Einzelbetrachtungen ergeben sich die im Folgenden dargestellten Effekte der Projekte Stadthalle und Halle 7:

Zusätzliche Besucher p. a.:	200.000
Zusätzliche Übernachtungen p. a.:	55.000
Neu geschaffene Arbeitsplätze:	ca. 300
Erhaltene Arbeitsplätze:	ca. 470

Des Weiteren belegen die Ergebnisse der ISP-Evaluierung der Prognos AG zum Bau der Messehallen 4 bis 6 die direkten und indirekten Arbeitsplatzeffekte der Messe Bremen (ohne Halle 7) mit insgesamt 779 zusätzlichen Beschäftigten.

Insoweit belaufen sich die durch das BAW sowie die Prognos AG ermittelten Arbeitsplatzeffekte des Veranstaltungszentrums Bürgerweide (ohne das CCB sowie das zugehörige Hotel Maritim) auf insgesamt rd. 1.550.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass durch die beiden Projekte die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, eine Ausweitung des Veranstaltungsgeschehens auf der Bürgerweide zu erreichen und Bremen als Veranstaltungsort weiter zu etablieren und zu profilieren. Bremen erfüllt damit weiterhin seine oberzentralen Funktionen.

9. Wie wird die Stadt Bremen nach Ansicht des Senats in der Bundesrepublik und im internationalen Wettbewerb als Veranstaltungs-, Messe- und Kongressstandort wahrgenommen? Inwieweit hat sich diese Wahrnehmung nach Einschätzung des Senats in den vergangenen Jahren verändert?

Lange Zeit wurde Bremen insbesondere im Zusammenhang mit Veranstaltungen in der lange im norddeutschen Raum weitgehend konkurrenzlosen Stadthalle, mit Veranstaltungen im Weser-Stadion (Fußballspiele und Open-Air-Konzerte) sowie im kulturellen Bereich durch die bedeutende Rolle des Bremer Theaters, der Bremer Shakespeare Company, der Deutschen Kammerphilharmonie, des Ensembles Weser Renaissance und zunehmend der Kunsthalle Bremen, des Übersee-Museums und des Neuen Museums Weserburg überregional wahrgenommen.

In jüngerer Zeit konnte auch eine verstärkte überregionale Aufmerksamkeit durch die freie Kunst- und Künstlerszene (Junges Theater, Theatrium, Gesellschaft für Aktuelle Kunst, Projekte der Sparte Bildende Kunst) erreicht werden.

In den vergangenen Jahren konnte der Bekanntheitsgrad Bremens als Veranstaltungsort deutlich gesteigert werden. Basis hierfür war insbesondere der massive Ausbau der Veranstaltungsinfrastrukturen, vor allem im Bereich des Veranstaltungszentrums Bürgerweide mit dem CCB und den Messehallen 4 bis 7, die Gründung der diese Infrastrukturen betreibenden und vermarktenden Gesellschaften wie z. B. Messe Bremen sowie die Aktivitäten der für das touristische und sonstige Standortmarketing zuständigen Bremer Touristik-Zentrale und BMG.

Neu- und Umbauten im Theater am Goetheplatz, dem Übersee- und dem Focke-Museum, dem alten Polizeihaus als zukünftigem Hauptsitz der Stadtbibliothek, dem Kunst- und Künstlerzentrum Schwankhalle und dem Kulturbahnhof in Bremen-Nord ergänzen das Bild.

Ferner haben sich in den letzten beiden Jahren die Aktivitäten des Kulturaustauschs und der internationalen Städtepartnerschaften gegenüber dem zurückliegenden Zeitraum erheblich verstärkt und konsolidiert. Das macht es möglich, in die Bewerbung Bremens für die Kulturhauptstadt die Partnerstädte Riga und Danzig einzubeziehen.

Wie die folgenden Aussagen aus Untersuchungen der BMG und der Symbios AG sowie aus dem Konzept der Messe Bremen jedoch zeigen, besteht auch für die Zukunft in diesem Bereich erheblicher Handlungsbedarf. Die notwendigen Maßnahmen zur weiteren Steigerung der Attraktivität Bremens als Veranstaltungsort werden in der Antwort zu Frage 10 diskutiert.

- In dem von der BMG im Dezember 2002 vorgelegten ersten „Bericht über die Verstärkung des Standortmarketings“ wird deutlich, dass Bremen das städtetouristische Potential, also auch die Möglichkeiten, die sich für

Bremen als Veranstaltungsort bieten, bei weitem nicht optimal ausschöpft. Diese Einschätzung basiert auf einer für die Evaluierung des Einsatzes der Verstärkungsmittel durchgeführten bundesweiten Befragung. Hier wurde festgestellt, dass Bremen im nationalen Städtevergleich hinsichtlich des Bekanntheitsgrades über einen relativ schlechten Wert verfügt und bei der Besuchshäufigkeit sogar den letzten Platz unter den Vergleichsstädten belegt.

- Nach Untersuchungen der Symbios AG im Zusammenhang mit dem geplanten Ausbau der Stadthalle wird Bremen bzw. die Stadthalle von den Konzertveranstaltern grundsätzlich als sehr guter Standort angesehen, wobei aufgrund der im Vergleich zu konkurrierenden Hallen inzwischen geringeren Kapazität insgesamt eine Schwächung der Position in den letzten Jahren festzustellen war.
- Die Messe Bremen stellt in ihrem am 5. Februar 2003 vorgelegten Konzept fest, dass sich die Wahrnehmung Bremens als Messe- und Kongressstandort in den letzten Jahren zwar verbessert hat, dass aber dennoch erhebliche Anstrengungen zur Stabilisierung und zum Ausbau der erreichten Position notwendig sind.

Insgesamt muss festgestellt werden, dass die Entwicklung und Erhaltung des Images von Bremen als attraktiver Veranstaltungsort ein sehr langfristiger Prozess ist. Zwar kann durch spezielle Events wie die Ausstellung „van Gogh: Felder“ oder eine Bewerbung als Kulturhauptstadt kurzfristig in positivem Sinne Aufmerksamkeit erregt werden. Eine nachhaltige Imagebildung bedarf jedoch ständiger attraktiver Angebote und der entsprechenden Marketingmaßnahmen.

Wie schwer der Prozess der Entwicklung eines positiven Images im nationalen oder internationalen Maßstab ist, zeigt das Beispiel der Bremer Universität. In vielen Bereichen ist die Bremer Universität inzwischen zu den deutschen Spitzenuniversitäten zu zählen und verfügt über eine hervorragende Drittmittelquote, hat aber dennoch den vor allem aus den 70er Jahren stammenden schlechten Ruf bisher in der öffentlichen Wahrnehmung noch nicht endgültig überwunden.

10. Wie gedenkt der Senat auch in Zukunft die Attraktivität Bremens als Veranstaltungs- und Messestandort zu erhalten und zu erhöhen?

Die Symbios AG hat in ihrem Gutachten zum geplanten Ausbau der Stadthalle Bremen folgende Entwicklungstrends für den deutschen Veranstaltungsmarkt aufgezeigt:

- Zunahme der Schnelllebigkeit des Veranstaltungsmarktes,
- weg vom reinen Event hin zum Event + Content,
- steigende Anforderungen an Flexibilität und Multifunktionalität von Veranstaltungsstätten,
- Preiskampf durch sich verstärkende Konkurrenz (mit anderen Veranstaltungsstätten und auch mit anderen Freizeitangeboten),
- größere Offenheit des Veranstaltungsmarktes,
- Etablierung neuerer Marketing-Formen wie Naming-Rights, VIP-Logen etc.,
- Zunahme der Bedeutung von Sekundärangeboten (Gastronomie, After-Show-Angebote, Merchandising etc.)

Es wird allerdings auch ausgesagt, dass für die speziellen Veranstaltungssegmente unterschiedliche Trends bzw. Ausprägungen der genannten Trends zu beobachten sein werden. So wird für das deutsche Messewesen, wie Veröffentlichungen des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA) bestätigen, trotz schwieriger konjunktureller Lage oder der Auswirkungen des 11. September 2001 eine insgesamt weiterhin positive Gesamtentwicklung prognostiziert. Im Bereich klassischer Konzerte und für Rock- und Pop-Konzerte wird eine weitgehend stagnierende Entwicklung erwartet. Gerade im Bereich der Rock- und Pop-Konzerte deutet sich aufgrund

der geringer werdenden Zahl auf dem Markt befindlicher „Mega-Stars“ und „Legenden“ und einer immer kürzeren Lebensdauer von kurzfristig z. T. massiv „gepushten“ Popgruppen eine Änderung der Rahmenbedingungen an, auf die Veranstaltungsstätten entsprechend flexibel reagieren können müssen.

Bremen ist grundsätzlich mit den in den letzten Jahren erfolgreich abgeschlossenen sowie den in Durchführung befindlichen oder kurzfristig anstehenden Maßnahmen zum Ausbau und zur Optimierung der bremischen Veranstaltungsinfrastruktur gut für die Anforderungen des Wettbewerbs auf dem Veranstaltungsmarkt mit den vorgenannten Trends gerüstet.

Um Bremen als attraktiven Veranstaltungsort zu etablieren und weiter zu profilieren, bedarf es aber vor allem aufgrund des sich ständig verstärkenden Konkurrenzdrucks dennoch erheblicher Anstrengungen.

Durch eine ausreichende finanzielle Ausstattung der diese Veranstaltungsstätten betreibenden Gesellschaften und Institutionen ist sicherzustellen, dass die bauliche und funktionale Qualität der Veranstaltungsstätten erhalten bleibt, effektives Marketing betrieben und erfolgreich Eigenveranstaltungen durchgeführt bzw. überhaupt erst aufgebaut werden können.

Wie u. a. aus dem neuen Konzept der Messe Bremen bis 2007 deutlich wird, sollte Bremen sich auf die vorhandenen Qualitäten konzentrieren und auf Basis der vorhandenen Infrastruktur und des Umfeldes erfolgsversprechende Marktsegmente besetzen. Die Messe Bremen setzt hierbei insbesondere auf die Entwicklung neuer Produkte, d. h. die Etablierung neuer Eigenveranstaltungen. Im Durchschnitt soll in den nächsten Jahren pro Jahr ein neues Messethema entwickelt werden. Hierbei wird es sich um Nischenprodukte handeln, die eine hinreichend große Zielgruppe ansprechen und trotzdem für eine Alleinstellung sorgen. Insbesondere sollen diese Messen und Ausstellungen Publikum aus einem überregionalen bzw. sogar bundesweiten/internationalen Einzugsbereich ansprechen. Neben der institutionellen Förderung werden der Messe Bremen hierfür und insbesondere auch für die Unterstützung der Durchführung von am Standort Bremen stattfindenden Fremdveranstaltungen zunächst im Rahmen des ISP bis 2004 Mittel in Höhe von 767.000 € p. a. zur „Anlauffinanzierung von Fachmessen“ zur Verfügung gestellt. Diese Mittel sollten über den genannten Zeitraum unbedingt fortgeschrieben werden.

Darüber hinaus wird die Messe Bremen verstärkt auf eine Verbesserung der Außendarstellung des Messestandortes Bremen hinwirken und auf diese Weise den in den vergangenen Jahren schon verbesserten Bekanntheitsgrad Bremens als Messe- und Kongressstandort weiter erhöhen. Maßnahmen hierzu werden z. B. eine verstärkte Medienarbeit sowie ein verstärktes Engagement in den deutschen Messeverbänden sein.

Wie die schon in der Antwort zu Frage 9 genannten Untersuchungen der BMG zum Bekanntheitsgrad Bremens gezeigt haben, besteht hier ebenso ein erheblicher Nachholbedarf wie bei der bisherigen Ausschöpfung des städte-touristischen Potentials jeglicher Art. Hieran zeigt sich die unbedingte Notwendigkeit zur langfristigen Fortschreibung der Veranstaltungsförderung durch die BMG und vor allem auch zur langfristigen Ausstattung der BMG mit Marketingmitteln in Höhe der zunächst für die Jahre 2002 und 2003 bewilligten Verstärkungsmittel. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund der Bewerbung Bremens als Europäische Kulturhauptstadt 2010.

Im Zuge dieses Bewerbungsverfahrens besteht die Chance, in einem umfassenden Beteiligungsprozess die Struktur des Veranstaltungswesens, insbesondere im kulturellen Bereich, in Bremen zu optimieren und besser zu koordinieren. Neben organisatorischen Prozessen sind im Rahmen der zukünftigen Haushaltsplanung im Falle eines Zuschlages für Bremen als Kulturhauptstadt 2010 auch die vorhandenen Veranstaltungsinfrastrukturen in allen Bereichen weiter zu verbessern. Insoweit kann und muss die Kulturhauptstadtbewerbung als Katalysator für die Steigerung der Attraktivität Bremens als Veranstaltungsort dienen. Über diese innengerichteten Effekte hinaus wird die Bewerbung auch eine erhebliche Außenwirkung erzielen und zur Steigerung des Bekanntheitsgrades Bremens als Veranstaltungsort bzw. auch zur Imagesteigerung beitragen.

In Bremen-Nord sollen durch die Entwicklung des Kulturverbundes Nord mit KITO, Kulturbahnhof, Stiftung Overbeck und Kunstverein die kulturellen Angebote in Bremen-Nord insgesamt gestärkt und Synergien zwischen den beteiligten Institutionen erzielt werden. Die Durchsetzung dieser Idee kann dazu beitragen, die touristisch reizvolle Lage und landschaftliche Attraktivität Bremen-Nords durch attraktive kulturelle Angebote zu ergänzen und so den Standort insgesamt aufzuwerten. Der Prozess ist durch entsprechende Standortmarketing-Maßnahmen zu ergänzen.

Auch langfristig laufende und erfolgreiche Veranstaltungen wie das im Jahr 1989 erstmals und seit 1991 regelmäßig durchgeführte Musikfest Bremen, das sich inzwischen zu einer tragenden Säule im Bremer Musikleben entwickelt hat und mit einem anspruchsvollen und vielfältigen Programm, international renommierten Künstlern, überregionaler Medienresonanz sowie beachtlichen Sponsorenbeiträgen aufwarten kann, werden einer ständigen Kontrolle, auch unter Hinzuziehung externen Sachverständigen, unterworfen und inhaltlich, organisatorisch sowie hinsichtlich der Marketingaktivitäten aktuellen Marktgegebenheiten angepasst.

Für das Musikfest Bremen resultierte hieraus ein Konzept zur Neupositionierung, das auf Basis einer konstanten öffentlichen Förderung bis zum Jahr 2006 die Zielsetzung verfolgt, die künstlerische Qualität zu halten bzw. zu verbessern, die regionalwirtschaftlichen Effekte der Veranstaltung durch eine verstärkte Ansprache eines überregionalen Publikums zu erhöhen, die Kosteneffizienz der Veranstaltung zu verbessern und damit insgesamt einen höheren Wirkungsgrad der öffentlichen Unterstützung zu gewährleisten.

Die Bremer Touristik-Zentrale hat unterstützt durch den Senator für Inneres, Kultur und Sport im Jahr 2001 Besucherbefragungen auf dem Freimarkt und dem Weihnachtsmarkt durchführen lassen. Hierbei wurden rd. 3,5 Mio. Besucher für den Freimarkt und rd. 1 Mio. Besucher p. a. für den Weihnachtsmarkt ermittelt. Weiterhin zeigt die Untersuchung, dass rd. 48 % der Freimarktsbesucher von außerhalb kommen und somit für einen Kaufkraftzufluss nach Bremen sorgen, während für den Weihnachtsmarkt sogar 62 % auswärtige Besucher ermittelt wurden. Für die Zukunft ist zu prüfen, wie die überregionale Ausstrahlung und Anziehungskraft der Volksfeste weiter erhöht und diese in die Standortmarketingaktivitäten Bremens mit einbezogen werden können.

Die Weiterentwicklung Bremens als attraktiver Veranstaltungsort muss weiterhin langfristig auch durch Attraktivierungsmaßnahmen im Bereich der touristischen und sonstigen Angebote der Stadt flankiert werden. Auf diese Weise können interessante Rahmenprogramme für Messe- und Kongressveranstaltungen, die für eine positive Wahrnehmung der Veranstaltungen durch die Besucher erhebliche Bedeutung haben, durchgeführt und Besucher von Veranstaltungen allgemein durch weitere touristische Attraktionen zu einer längeren Verweildauer animiert werden. Dies wiederum führt zu höheren Ausgaben in den jeweiligen Veranstaltungsstätten, Attraktionen, in der Gastronomie, der Hotellerie oder im Einzelhandel und trägt somit zur Stärkung der Wirtschaftskraft Bremens bei.

Durch die in Erarbeitung befindlichen Programme „Tourismus 2010“ sowie „Bremer Innenstadt 2010“ sollen hierfür die Rahmenbedingungen formuliert und mit entsprechenden Maßnahmen und Projekten belegt werden.

11. Welche Großveranstaltungen sind in den nächsten Jahren in Bremen geplant?

Neben der weiteren Optimierung der Veranstaltungsinfrastruktur sollte die Priorität der kommenden Jahre vor allem darin liegen, die bestehenden und neuen Einrichtungen durch überregional wirksame Veranstaltungen und Events mit attraktiven Inhalten zu füllen. Wie bereits ausgeführt wurde, sind neben den direkten Effekten, die sich aus den Veranstaltungen ergeben, insbesondere Großveranstaltungen ein Medium zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und können eine positive Imagewirkung für Bremen entfalten. Beispiele für regelmäßig stattfindende Events sind u. a. das Musikfest, der Samba-Karneval, das Sechs-Tage-Rennen, der Bremer Freimarkt oder der Weihnachtsmarkt, für einmalige Veranstaltungen die Tischtennis- und Turneuropameisterschaften im Jahr 2000, die Ausstellungen „Der Blaue Reiter“, „van Gogh:

Felder“, „Piraten“ oder „Schokolade“, die Vision-Parade oder Open-Air-Konzerte im Weserstadion.

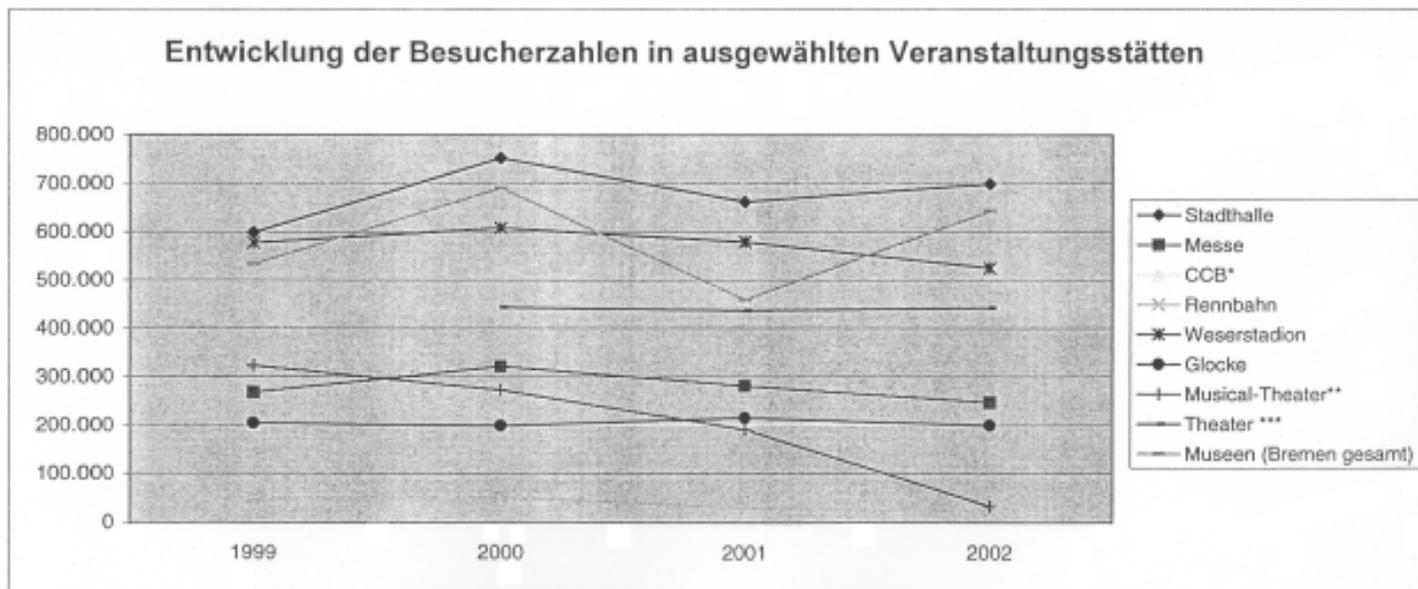
Entsprechend des derzeit in Arbeit befindlichen Landesprogramms „Tourismus 2010“ ist für die nächsten Jahre zumindest eine Großveranstaltung mit herausragender Bedeutung und den entsprechenden Effekten für Hotellerie, Gastronomie oder Einzelhandel durchzuführen. Des Weiteren wird angestrebt, jährlich eine überregional wirksame Ausstellung in Bremen, monatlich eine überregional bedeutsame Veranstaltung sowie nationale und vor allem auch internationale Tagungen und Kongresse zu realisieren. Feststehende Events sind derzeit:

- 2003 Jahrestagung der Deutschen Diabetes-Gesellschaft, 54th International Astronautical Congress, Karate Europameisterschaften 2003,
- 2004 Chorolympiade,
- 2005 Sail Bremerhaven,
- 2006 Tischtennis WM-Senioren,
- 2007 —,
- 2008 —,
- 2009 Evangelischer Kirchentag,
- 2010 Sail Bremerhaven/Kulturhauptstadt.

Darüber hinaus gibt es Überlegungen, das im Jahr 2004 zum Geburtstag des Rolands geplante Roland-Fest als regelmäßiges, jährliches großes Sommer-event stattfinden zu lassen.

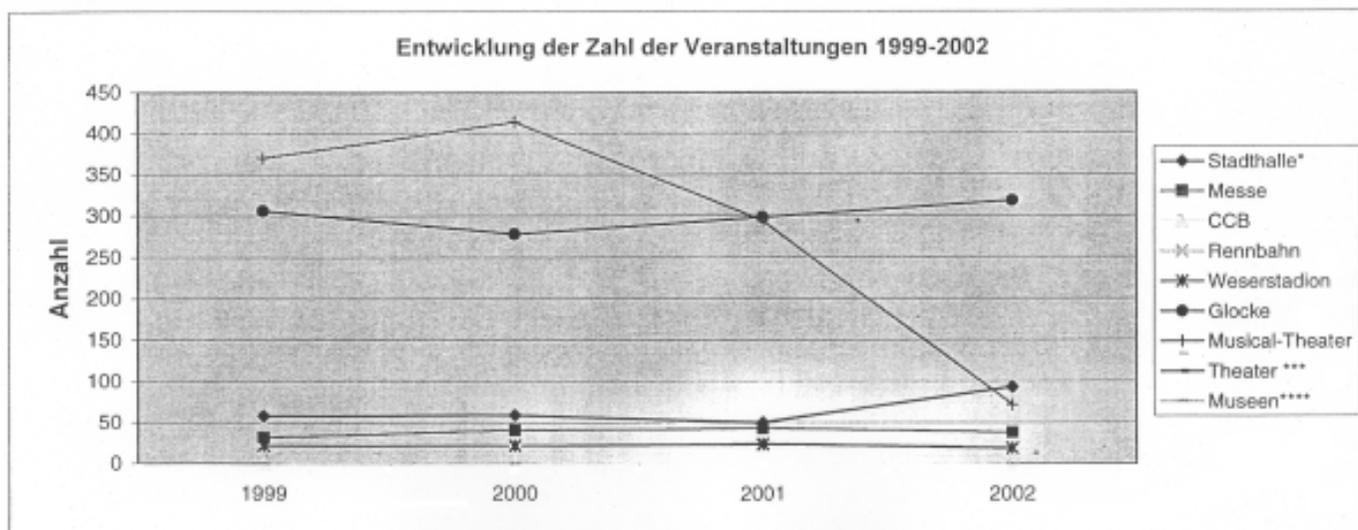
Veranstaltungsstätte	1999	2000	2001	2002
Stadthalle	598.000	753.000	662.000	699.000
Messe	268.000	322.000	281.000	246.500
CCB *)	200.000	200.000	200.000	200.000
Rennbahn	49.000	51.000	30.000	23.000
Weserstadion	577.000	608.000	579.000	525.000
Glocke	204.000	199.000	215.000	199.000
Musical-Theater **)	323.000	273.000	191.000	33.000
Theater ***)		444.008	436.917	442.955
Museen (Bremen gesamt)	532.638	690.787	458.899	642.454

- *) Eine genaue Feststellung der Besucherzahlen im CCB gestaltet sich schwierig, da keine Eintrittskarten verkauft werden. Nach Absprache mit dem Betreiber des CCB, dem Maritim Hotel, besteht seit mehreren Jahren nahezu eine Vollausslastung mit Schwankungen von ca. Plus/Minus 10 %.
- **) Es handelt sich bei den genannten Zahlen ausschließlich um Zahlen für die Musicals Jekyll & Hyde und Hair. Die Nutzung des Musical-Theaters durch das Bremer Theater oder das Musikfest ist nicht berücksichtigt. Auch ist zu berücksichtigen, dass in 1999 vor dem 19. Februar 1999, in 2001 zwischen dem 30. Juni und dem 14. September 2001 sowie in 2002 ab dem 1. April 2002 keine Vorstellungen stattfanden.
- ***) Goethe-Theater, Waldau-Theater, BSC, Schnürschuh-Theater, Packhaus, Junges Theater. Die Angaben enthalten zum Teil Spielzeitdaten und es fehlt die freie Theaterszene.



Veranstaltungsstätte	1999	2000	2001	2002
Stadthalle *)	58	59	50	93
Messe	32	41	43	38
CCB	—	—	—	—
Rennbahn	13	16	11	8
Weserstadion	22	22	24	19
Glocke	306	278	298	318
Musical-Theater **)	370	414	294	72
Theater ***)	—	2.028	2.177	2.277
Museen ****)	—	—	—	—

- *) Bei der Stadthalle ist zu unterscheiden zwischen den hier dargestellten Veranstaltungen und Vorstellungen (d. h. eine Veranstaltung wie die Musikschauspiel der Nationen hat gegebenenfalls mehrere Vorstellungen). Aussagekräftiger wäre hier sicher die Zahl der Hallenbelegungstage, die in den betreffenden Jahren ca. 200 betrug.
- **) Es handelt sich bei den genannten Zahlen ausschließlich um Zahlen für die Musicals Jekyll & Hyde und Hair. Die Nutzung des Musical-Theaters durch das Bremer Theater oder das Musikfest ist nicht berücksichtigt. Auch ist zu berücksichtigen, dass in 1999 vor dem 19. Februar 1999, in 2001 zwischen dem 30. Juni und dem 14. September 2001 sowie in 2002 ab dem 1. April 2002 keine Vorstellungen stattfanden.
- ***) Goethe-Theater, Waldau-Theater, BSC, Schnürschuh-Theater, Packhaus, Junges Theater. Die Angaben enthalten zum Teil Spielzeitdaten und es fehlt die freie Theaterszene.
- ****) Die Angaben liegen nur sehr unvollständig vor, zudem enthält die Frage keine klare Definition des Begriffs "Veranstaltung" im Bereich Museen (Kulturpädagogische, Vorträge, Sonderausstellungen, Führungen etc.?)



Jahr	Übernachtungen im Reiseverkehr in der Stadt Bremen
1996	894.382
1997	912.967
1998	974.616
1999	1.041.438
2000	1.121.393
2001	1.083.706
2002	1.059.248

